

KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS

Systeme und Originaltoner – das perfekte Duo

Auf dem Markt gibt es zahlreiche Alternativen zum Originaltoner. Und auf den ersten Blick weist die Billigware nur wenige Unterschiede auf. Doch Toner ist nicht gleich Toner. Eine kostspielige Erfahrung, die die Nutzer eines Kyocera-Laserdruckers oder -Multifunktionssystems spätestens dann machen, wenn die Folgekosten in die Höhe schießen oder der Fremdtoner sogar zum Systemausfall führt und Wartung oder Reparatur nicht mehr durch die Herstellergarantie abgedeckt sind. Vom Qualitätsverlust ganz zu schweigen. Verwender von Kyocera-Originaltoner hingegen haben gut lachen, denn sie können sich nicht nur über eine gleichbleibend hohe Druckqualität und Langlebigkeit ihres Systems freuen, sondern leisten auch noch einen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz.

„Die Erfahrung zeigt, dass der Einsatz von Fremdtonern rund 40 Prozent höhere Folgekosten verursacht. Dabei spielen Faktoren wie ein häufigerer Austausch von Druckkassetten, ein erhöhter Papierbedarf, ein Mehraufwand durch Wiederholungsdrucke auf-

grund schlechter Druckqualität, Druckerausfallzeiten und vermehrte Reparaturen eine wesentliche Rolle“, weiß Bernd Rischer, Group Director Sales bei Kyocera Document Solutions Deutschland, zu berichten.

Eine Studie des TÜV Rheinland zur Qualität von Kyocera-Tonern untermauert die Aussage des Kyocera-Managers. Sie zeigte nach 300.000 Druckseiten deutlich, dass ein Kyocera-Toner bis zum letzten Blatt eine zuverlässige Druckqualität liefert. Auch der Farbdruck überzeugt mit einer gleichbleibenden Farbkonzanz über die gesamte Distanz. Da gleichzeitig die Fehleranfälligkeit sinkt, verringert sich die Anzahl unbrauchbarer Ausdrücke, was neben Zeit und Aufwand auch Kosten spart und die Makulatur reduziert.

Mehr noch: Fremdtoner verschmutzen auf Dauer die Fixiereinheit sowie die Transport- und



Bernd Rischer, Group Director Sales bei Kyocera Document Solutions Deutschland: „Die Erfahrung zeigt, dass der Einsatz von Fremdtonern rund 40 Prozent höhere Folgekosten verursacht.“

(Foto: Kyocera)

Andruckrollen und führen schnell zu Undichtigkeiten und Verstopfungen. Das wirkt sich negativ auf die Druckqualität aus und führt zu erhöhtem Papierverbrauch durch Nachdrucke. Selbst Geräteschäden sind bei Verwendung von Fremdtoner nicht auszuschließen, wie der Test mehr als deutlich zeigte. Bei zwei Druckern stellten die Prüfer schwere Schäden an vier Entwicklereinheiten fest, die bereits nach 14.000 Seiten zum Ausfall des Druckers führten.

Funktionalität, Zuverlässigkeit und Wirtschaftlichkeit – so lässt sich auf den Punkt bringen, was den Originaltoner von Kyocera auszeichnet. Der speziell für Kyocera-Systeme entwickelte Toner garantiert eine hohe Farbtintensität aller

Inhalt

Seite

Kyocera Document Solutions <i>Systeme und Originaltoner – das perfekte Duo</i>	1
Deutsche Möbelindustrie <i>„Talsohle durchschritten“</i>	3
Home-Office/Präsenzarbeit <i>„Uhren drehen sich nicht auf 2019 zurück“</i>	4
Kyocera/Produktionsdruck <i>„Bundesweit gut aufgestellt“</i>	6
Trend Micro <i>KI-Plattform-Strategie</i>	8
Smartphones/Nachhaltigkeit <i>Hohe Reparatur-Kosten schrecken ab</i>	8
<i>Namen und Nachrichten</i>	10

Farbtöne, einen besonders präzisen und exakten Druck, bei dem selbst feine Linien und Details in komplexen Grafiken gestochen scharf wiedergegeben werden, sowie gleichbleibend hochwertige Druckergebnisse.

Die Systeme von Kyocera sind in Kombination mit Originaltoner so konzipiert, dass sie die Echtheit wichtiger Dokumente garantieren – eine Eigenschaft, die vom Bundesamt für Materialforschung und -prüfung (BAM) zertifiziert wurde. Damit sind die Systeme ideal für Behörden und Notare, bei denen es auf die Echtheit von Dokumenten ankommt. Die staatlich zertifizierte Dokumentenechtheit der gedruckten Seiten gilt allerdings nur bei Verwendung von Kyocera-Originaltonern.

Darüber hinaus profitieren Unternehmen von einer langen Lebensdauer und geringen Ausfallraten ihrer Systeme durch optimal aufeinander abgestimmte Komponenten. Originaltoner von Kyocera müssen aufgrund ihrer langen Lebensdauer deutlich seltener ausgetauscht werden. Und nicht zuletzt: Kyocera-Originaltoner schützen Drucker und Multifunktionssysteme vor möglichen Schäden, da sie das Risiko von Toneraustritt und damit verbundenen Systemschäden ausschließen. Das senkt die



Michael Kartschewski, Business Development Manager Consumables bei Kyocera Document Solutions Deutschland:
„Bereits 1997 wurden unsere Drucker erstmals mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Unsere Drucksysteme und Toner sind auf Langlebigkeit und Nachhaltigkeit ausgelegt.“

(Foto: Kyocera)

laufenden Kosten erheblich und reduziert den Wartungsaufwand auf ein Minimum.

Kyocera-Originaltoner stehen aber nicht nur für eine effiziente, qualitativ hochwertige Druckleistung und hohe Wirtschaftlichkeit. Sie sind auch Teil eines durchdachten Nachhaltigkeitskonzepts. „Bereits 1997 wurden unsere Drucker erstmals mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Unsere Drucksysteme und Toner sind auf Langlebigkeit und Nachhaltigkeit ausgelegt. Bei Kyocera zieht sich der Gedanke des nachhaltigen Wirtschaftens und Produzierens seit der Gründung im Jahr 1959 wie ein roter Faden durch alle Bereiche des Unternehmens“, verweist Michael Kartschewski, Business Development Manager Consumables bei Kyocera Document Solutions Deutschland, auf das globale Nachhaltigkeitsdenken des Herstellers.

Dank der behälterlosen Drucktechnologie kommen die Laserdrucksysteme von Kyocera mit rund 85 Prozent weniger Komponenten aus, was sowohl die Herstellung als auch das Recycling im Sinne der Nachhaltigkeit erleichtert. Die patentierte ECOSYS-Technologie schafft ein ideales Gleichgewicht zwischen Leistung und Langlebigkeit, zwischen geschäftlichen Anforderungen und geringer Umweltbelastung. Mit ECOSYS-Systemen können Unternehmen heute bis zu 50 Prozent der Kosten einsparen und den Tonerabfall um bis zu 75 Prozent reduzieren. Im Gegensatz zu herkömmlichen Systemen, bei denen bei jedem Tonerwechsel die gesamte Komponente inklusive Trommel und Fixiereinheit ausgetauscht wird, muss bei ECOSYS-Systemen nur der Toner gewechselt werden. Die übrigen Komponenten zeichnen sich durch eine sehr hohe Lebensdauer aus und verbleiben im Gerät.

Die Zertifizierung nach ISO 14001:2015 unterstreicht die nachhaltige Umweltmanagementstrategie von Kyocera ebenso wie die Klimaschutzinitiative Print Green für CO₂-kompensierte Toner. Dabei investiert Kyocera in Höhe der Treibhausgase, die bei der Rohstoffge-

Erik Kaffiné, Group Director Customer Service and Support Division bei Kyocera Document Solutions Deutschland: „Wer Fremdtoner statt Originaltoner verwendet, geht ein nicht unerhebliches Risiko ein. Fremdtoner beeinträchtigen nicht nur die Druckqualität, sondern können auch teure Reparaturen nach sich ziehen.“

(Foto: Kyocera)



Kyocera-Originaltoner stehen für Funktionalität, Zuverlässigkeit, Wirtschaftlichkeit, Langlebigkeit und hohe Druckqualität.

(Foto: Kyocera)



winnung, der Produktion, dem Transport und dem Recycling des Toners entstehen, in ein Gold-Standard-Klimaschutzprojekt. Jeder Kauf eines Kyocera-Toners trägt somit zu diesem Klimaschutzprojekt bei.

Kyocera hat nicht nur seine Toner und die dahinterstehenden Technologien umweltfreundlich optimiert, sondern zusätzlich einen smarten und kostenlosen Toner-Rücknahmeservice für alle Kyocera-Toner etabliert. Nach der

Registrierung der leeren Originaltoner-Behälter im Meldesystem auf der Kyocera-Website kümmert sich das Unternehmen in Zusammenarbeit mit seinen lokalen Recycling-Partnern um die Abholung, Zwischenlagerung und das Recycling der leeren Verbrauchsmaterialien. Beim fachgerechten Recycling werden die Tonerkartuschen in ihre Bestandteile zerlegt und die aussortierten Polymere granuliert. Das so aufbereitete Material

wird als „Recyclat“ für zahlreiche neue Produkte verwendet. Auf diese Weise macht Kyocera es Unternehmen leicht, verantwortungsvoll zu handeln und ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

„Wer Fremdtoner statt Originaltoner verwendet, geht ein nicht unerhebliches Risiko ein. Fremdtoner beeinträchtigen nicht nur die Druckqualität, sondern können auch teure Reparaturen nach sich ziehen. Was Anwender oft nicht auf dem Schirm haben, ist der Verlust der Herstellergarantie durch die Verwendung von Fremdtönern. Bei Schäden durch Fremdtoner erlischt der Garantieanspruch und damit auch der Anspruch auf Kostenübernahme. Und durch eingebaute RFID-Chips erkennen wir zuverlässig, ob ein Originaltoner verwendet wird“, warnt Erik Kaffiné, Group Director Customer Service and Support Division bei Kyocera Document Solutions Deutschland, vor dem unbedachten Einsatz von Fremdtönern. ■

DEUTSCHE MÖBELINDUSTRIE

„Talsohle durchschritten“

Die deutsche Möbelindustrie bekam im 1. Halbjahr 2024 die Kaufzurückhaltung der Verbraucher zu spüren und setzte knapp 10 Prozent weniger Umsatz um. Für den Herbst erwartet die Branche eine leichte saisonale Belebung der Möbel-Nachfrage. Die Prognose für das Gesamtjahr fällt dennoch weiterhin negativ aus.

„Wir gehen davon aus, dass die Branche die Talsohle durchschritten hat“, sagte Jan Kurth, Geschäftsführer der Verbände der deutschen Möbelindustrie (VDM/VHK), bei der kürzlich abgehaltenen Jahres-Wirtschaftspressekonferenz in Köln. Die erhoffte Belebung der Nachfrage wird

allerdings vermutlich nicht stark genug ausfallen, um die in der ersten Jahreshälfte verzeichneten Umsatz-Einbußen zu kompensieren: „Für das Gesamtjahr 2024 gehen wir vor diesem Hintergrund von einem Umsatz-Rückgang von 7 bis 9 Prozent aus“, prognostiziert Kurth.

Im 1. Halbjahr 2024 sank der Umsatz der deutschen Möbelindustrie laut amtlicher Statistik um 9,7 Prozent auf 8,3 Milliarden Euro. Auf dem Heimatmarkt setzten die 417 Betriebe mit insgesamt 71.841 Beschäftigten rund 5,6 Milliarden Euro um. Das entspricht einem Rückgang von 9,1 Prozent gegenüber dem Vorjahres-Zeitraum. Noch stärker rückläufig entwickelte sich der Auslands-Umsatz mit einem Minus von 10,9 Prozent auf 2,7 Milliarden Euro. Sämtliche Segmente der Branche mussten Einbußen hinnehmen. Die Büromöbel-Industrie erzielte einen Umsatz von rund 1,1 Milliarden

Euro (minus 1,8 Prozent). Die Hersteller von Laden- und sonstigen Objektmöbeln lagen mit einem Erlös von rund 980 Millionen Euro ebenfalls um 3,7 Prozent unter dem Vorjahr.

„Die Ursachen der Kaufzurückhaltung der Verbraucherinnen und Verbraucher in den vergangenen Monaten sehen wir neben den gestiegenen Energie- und Lebensmittelpreisen auch in der politischen Verunsicherung aufgrund des Zustandes der Ampel-Regierung“, berichtet Verbands- geschäftsführer Kurth.

In einer aktuellen Verbands- Umfrage nennen die Unternehmen mit großem Abstand das schwache Konsumklima als ihre größte Herausforderung. Dahin-



**Jan Kurth,
Geschäftsführer
der Verbände
der deutschen
Möbelindustrie:**
„Wir gehen davon
aus, dass die
Branche die
Talsohle durch-
schritten hat.“

(Foto: VDM/VHK)

ter folgen der wirtschaftspoliti- sche Stillstand in Deutschland, die überbordende Bürokratie, der Fachkräftemangel sowie die gestiegenen Lohn-, Gehalts- und Energiekosten. „Große Sorgen“ bereitet zudem der sto-

ckende Wohnungsneubau. Wie die jüngste Verbands-Umfrage ergab, haben im August 38 Prozent der befragten Unternehmen Kurzarbeit beantragt. Für das 4. Quartal planen rund 40 Prozent der Hersteller Kurzarbeit. ■

HOME-OFFICE/PRÄSENZARBEIT

„Uhren drehen sich nicht auf 2019 zurück“

Einer aktuellen Studie der Personalmarketing-Agentur ‚Königsteiner Gruppe‘ zufolge möchten einige Unternehmen den Anteil von Präsenzarbeit wieder erhöhen und Home-Office-Tage reglementieren. Laut einer Umfrage des Münchener ifo Instituts beabsichtigen allerdings nur 4 Prozent der Unternehmen das Home-Office wieder komplett abzuschaffen. Eine repräsentative ZEW-Untersuchung zur gegenwärtigen und geplanten Nutzung des Home-Offices prognostiziert gar eine weitere Zunahme hybrider Arbeitsmodelle.

„Arbeitgeber, die den Anteil der Arbeitszeit im Unternehmen dauerhaft erhöhen möchten, sollten vor allem Begegnungsorte für kollegialen Austausch schaffen. Dazu muss das Büro als solches konzeptionell neu gedacht und zu einem Ort entwickelt werden, der vom schnöden Arbeitsort zu einem Ort der Begegnung wird, an dem sich Mitarbeitende treffen, sich wohlfühlen und an dem sie sich gern austauschen. Wer versteht, dass der Arbeitsort für den Mitarbeiter beziehungsweise

die Mitarbeiterin da ist und nicht Mitarbeitende für den Arbeitsort, hat schon viel gewonnen“, sagt Nils Wagener, Geschäftsführer der Königsteiner Gruppe.

Für die repräsentative Studie ‚Back to Office‘ befragte das Kölner Marktforschungs-Unternehmen ‚bilendi‘ im Auftrag der Personalmarketing-Agentur ‚Königsteiner‘ bundesweit über 1.000 Arbeitnehmer zum Verhältnis von Präsenzarbeit und Home-Office bei ihrem aktuellen Arbeitgeber. Demnach gibt mehr als ein Drittel der

Beschäftigten an, dass ihr Arbeitgeber sie zu mehr Präsenzarbeit aufgerufen hat (→ Grafik 1). 58 Prozent der Befragten berichten außerdem davon, dass ihr Unternehmen klare Richtlinien zur Menge der Präsenztage aufstellt. So sagt jeder fünfte Mitarbeiter, dass er maximal einen Tag pro Arbeitswoche im Home-Office arbeiten kann. Der deutlichen Mehrheit der Beschäftigten stehen allerdings bis zu zwei Home-Office-Tage wöchentlich zur Verfügung. Laut der Untersuchung arbeiten derzeit, lediglich 33 Prozent der Beschäftigten die komplette Woche im Unternehmen.

Des Weiteren geht aus einer Umfrage des ifo Instituts hervor, dass drei von vier Unternehmen, in denen Home-Office möglich ist, es unverändert beibehalten wollen. Lediglich 12 Prozent planen strengere Vorgaben und nur 4 Prozent möchten die Arbeit von zuhause komplett abschaf-

Instituts-Gebäude des ZEW in Mannheim:

Eine repräsentative ZEW-Umfrage ergab, dass Beschäftigte in 82 Prozent der Unternehmen aus der Informationswirtschaft mindestens einmal wöchentlich im Home-Office arbeiten. Im stärker ortsgebundenen Verarbeitenden Gewerbe sind es immerhin 48 Prozent.

(Foto: Anna Logue Fotografie)



pro Woche ermöglichen, verharrt damit seit der Corona-Pandemie auf einem konstant hohen Niveau. Demnach sehen wir aktuell keine Anzeichen für eine Abkehr der Unternehmen von Home-Office-Angeboten, die mindestens einen Tag pro Woche umfassen“, erklärt Studienleiter Dr. Daniel Erdsiek aus dem ZEW-Forschungsbereich ‚Digitale Ökonomie‘.

Nach Aussage von Erdsiek rechnen die Unternehmen mit Blick auf die nächsten zwei Jahre auch nicht damit, Angebote mit mindestens einem Home-Office-Tag pro Woche zurückzufahren. Im Gegenteil: Der Anteil an Unternehmen mit Home-Office-Angeboten wird laut den Erwartungen nochmals auf 88 Prozent in der Informationswirtschaft und auf 57 Prozent im Verarbeitenden Gewerbe steigen. Hybride Arbeitsmodelle mit mindestens zwei Home-Office-Tagen pro Woche werden derzeit von 91 Prozent der großen, 80 Prozent der mittleren und 55 Prozent der kleinen Unternehmen in der Informationswirtschaft genutzt. ■

fen. 11 Prozent der konsultierten Firmen wollen die Regelungen sogar weiter flexibilisieren. „Diese Ergebnisse widerlegen die Auffassung, dass der Trend zurück in die Büros geht. Die öffentliche Berichterstattung konzentriert sich auf einzelne Unternehmen, in denen Home-Office zurückgefahren werden soll. Das überzeichnet die tatsächliche Entwicklung. Home-Office ist und bleibt in Deutschland fest verankert. Die Uhren drehen sich nicht auf 2019 zurück“, konstatiert ifo-Forscher Jean-Victor Alipour.

Eine repräsentative Befragung des ZEW Mannheim (Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung) unter rund 1.200 Unternehmen kommt zu einem ähnlichen Ergebnis wie das ifo Institut. So sind hybride Arbeitsmodelle in deutschen Unternehmen „ungebrochen weit verbreitet“. Darüber hinaus erwarten die Befragten für die kommenden zwei Jahre einen weiteren Anstieg der Home-Office-Nutzung. Die Ergebnisse sind Teil des ‚ZEW-Branchenreports Informationswirtschaft‘. An der quartalsweise durchgeführten Kon-

junktur-Umfrage beteiligen sich Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes und der Informationswirtschaft.

„Laut unserer Befragung arbeiten Beschäftigte in 82 Prozent der Unternehmen in der Informationswirtschaft mindestens einmal wöchentlich im Home-Office. Im stärker ortsgebundenen Verarbeitenden Gewerbe sind es 48 Prozent. Der Anteil der Unternehmen, die ihren Beschäftigten mindestens einen Home-Office-Tag

Grafik 1



KÖNIGSTEINER

Genau **ein Drittel** sind die komplette Arbeitswoche im Unternehmen

Back to Office

Aktuelle Arbeitsmarktumfrage zeigt: Arbeitgeber wünschen sich mehr Präsenzarbeit von ihren Belegschaften

35% wurden von ihrem Arbeitgeber zu mehr Präsenzarbeit aufgerufen

58% erhielten klare Richtlinien zur Präsenz am Arbeitgeberstandort

Quelle: Königsteiner Gruppe

KYOCERA/PRODUKTIONSDRUCK

„Bundesweit gut aufgestellt“

Mit dem digitalen Inkjet-Farbdrucksystem ‚TASKalfa Pro 15000c‘ stieg Kyocera im Jahr 2019 in den Markt für Produktionsdrucker ein. Seitdem konnte der Anbieter aus Meerbusch mehrere Partner für den Vertrieb seiner inzwischen etablierten Maschine gewinnen. Auf der diesjährigen Fachmesse ‚drupa‘ stellte man zudem ein weiteres System vor, welches zusätzliche Zielgruppen adressiert. Wir befragten das Unternehmen zu den aktuellen Entwicklungen und Zielsetzungen in diesem Segment.

„Wir haben derzeit sieben Partner, mit denen wir aktiv in den Markt gehen und auch eine bundesweite Abdeckung erreichen. Mit unserem ersten System bedienen wir eine Nische, die vom Fachhandel durchaus nachgefragt wird: nachhaltige und kostengünstige Inkjet-Systeme für den Transaktionsdruck auf Normalpapier mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 150 Seiten pro Minute. Unsere Partner sind allesamt Spezialisten im Produktionsdruck und verfügen daher über eine sehr hohe Kompetenz“, berichtet Carolyn Baudach-Lüdtke, Business Development Managerin bei der Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH in Meerbusch.

Seit dem Markt-Einstieg im Jahr 2019 konnte das Unternehmen sieben Fachhändler für den Vertrieb

Inkjet-Farbdrucksystem ‚TASKalfa Pro 15000c‘ von Kyocera: Seit dem Markt-Einstieg im Jahr 2019 konnte das Unternehmen hierzulande sieben Fachhändler für den Vertrieb seines ersten Produktionsdruckers gewinnen.

(Foto: Kyocera)

seines ersten Produktionsdruckers ‚TASKalfa Pro 15000c‘ gewinnen. Baudach-Lüdtke zufolge muss ein Partner in der Lage sein, den Service für die Systeme in seiner Region abzudecken. Dazu gehören nicht nur regelmäßige Wartungen und Service-Checks, sondern auch eine schnelle Reaktionsfähigkeit bei Störungen. Kyocera sieht sich mit seinen derzeitigen Vertriebspartnern „bundesweit gut aufgestellt“. Daher ist man nicht aktiv auf der Suche nach neuen Händlern, jedoch „immer offen“ für Gespräche.

Seit der Einführung des in Japan gefertigten Produktionsdruckers ‚TASKalfa Pro 15000c‘ brachte das Unternehmen in Deutschland bereits eine größere zweistellige Anzahl von Systemen in den Markt. Laut Kyocera haben viele Kunden das Potenzial eines solchen Systems erkannt und ergänzen nun nach und nach ihr Geschäft. So gewann man zuletzt auf der Fachmesse ‚drupa‘ (28. Mai bis 7. Juni 2024) „eine ganze Reihe von neuen Kunden“. Auf der Messe präsent-



Carolyn Baudach-Lüdtke, Business Development Managerin bei Kyocera: „Der Trend zu Inkjet-Anwendungen und kompakten Systemen, die kleinere Auflagen kostenoptimiert on demand drucken können, wird sich in den nächsten Jahren verstärken und spielt unserer Technologie in die Hände.“

(Foto: Kyocera)

tierte Kyocera ebenfalls seinen neuen Produktionsdrucker ‚TASKalfa Pro 55000c‘, mit dem neue Kundengruppen in der grafischen Industrie angesprochen werden sollen, für die das erste Produktionsdruck-System keine Option war.

„Mit unserem Einstieg in den Produktionsdruck im Jahr 2019 haben wir Bewegung in den Markt gebracht und seitdem wertvolle Erfahrung in diesem Segment gesammelt. Das System TASKalfa Pro 55000c baut auf dieser Erfahrung auf und eröffnet für uns ein neues Kapitel im Produktionsdruck“, konstatiert Kyocera-CEO Dietmar Nick.

Die ‚TASKalfa Pro 55000c‘ ergänzt das Portfolio für das Markt-Segment der klassischen Druckereien



„TASKalfa Pro 55000c‘ von Kyocera: Die Maschine ergänzt das Portfolio für das Markt-Segment der klassischen Druckereien und kann auch gestrichene Papiere verarbeiten. Sie wird 2025 in Deutschland verfügbar sein.

(Foto: Kyocera)



und wird 2025 in Deutschland verfügbar sein. Die Maschine ist für die Produktion von farbigen Drucksachen wie Flyer oder Kataloge mit einer Auflösung von 1200 dpi ausgelegt und kann auch gestrichene Papiere verarbeiten. Entsprechend den Bedürfnissen der Zielgruppe bietet das System mit bis zu rund fünf Millionen Seiten ein höheres Druckvolumen. Eine technologische Neuheit bei Kyocera ist der Einsatz von Infrarot-Technologie zur Trocknung der wasserbasierten Pigment-Tinte.

„Unser Inkjet-System TASKalfa Pro 55000c richtet sich vor allem an Kunden im grafischen Bereich. Für diese Zielgruppe bietet es eine

Reihe von Vorteilen: Wir bieten ein kompaktes und wartungsarmes System, das auf der leistungsstarken und bewährten Inkjet-Technologie von Kyocera basiert. Damit versetzen wir Druckereien in die Lage, kleine Auflagen von Produkten wie Fotobüchern, Broschüren oder Mailings schnell und ohne Rüstkosten zu produzieren. Das System wird für viele Druckereien auch im Hinblick auf die Klickkosten eine interessante Option sein. Zudem ist es unser erstes Inkjet-System, das gestrichene Papiere verarbeiten kann“, erläutert Baudach-Lüdtke die Mehrwerte der Maschine.

Kyocera setzt sich im Markt für Produktionsdrucker langfristige Ziele und will diese in den nächsten Jahren konsequent verfolgen. Für den Anbieter ist der Produktionsdruck weiterhin ein junges Geschäftsfeld, in dem ein „relevantes Wachstum“ verzeichnet wird. So möchte man den Umsatz in diesem Segment weiter steigern. Als Hersteller von Tintendruckköpfen ist Kyocera bereits seit Jahrzehnten in jenem Marktumfeld tätig, so dass dem Unternehmen zumindest ein Teil des Marktes nicht unbekannt ist. Im Produktionsdruck setzen die Meerbuscher auch künftig auf die hauseigene Inkjet-Technologie. Es soll weiter auf der „langen Tradition“ in der Konstruktion von Inkjet-Druckköpfen aufgebaut werden.

„Der Trend zu Inkjet-Anwendungen und kompakten Systemen, die kleinere Auflagen kostenoptimiert on demand drucken können, wird sich in den nächsten Jahren verstärken und spielt unserer Technologie in die Hände. In diesem Zusammenhang arbeiten wir auch eng mit der Papierindustrie zusammen und schauen gemeinsam, welche Anforderungen an das Papier gestellt werden. Insofern sehen wir uns gut aufgestellt“, betont Baudach-Lüdtke.

Interessenten können das System ‚TASKalfa Pro 15000c‘ in Partner-Showrooms bei Hamburg und München begutachten. Weiterhin ist das ‚Kyocera Group Experience Center‘ in der Meerbuscher Unternehmens-Zentrale für Besuche geöffnet. Da die Anforderungen der einzelnen Kunden sehr unterschiedlich sind, werden die Systeme in den jeweiligen Showrooms in verschiedenen Konfigurationen präsentiert. Ein Beispiel für ein Projekt im Bereich Produktionsdruck ist der Kunde MediaKom GmbH & Co. KG mit Sitz in Aschau im Chiemgau (Bayern). Der Kommunikations- und Digitalisierungs-Dienstleister hat mittlerweile vier ‚TASKalfa Pro 15000c‘ im Einsatz. ■

QR-Code scannen!

Hier sind alle Artikel – auch im Webbrowser – lesbar.



TREND MICRO

KI-Plattform-Strategie

Der japanische Hersteller entwickelt seine Cybersicherheits-Plattform für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) weiter. Hierfür schließt das Unternehmen eine Kooperation mit dem Anbieter von KI-nativen GPU-Clouds ‚GMI Cloud‘. Um den „verantwortungsvollen Einsatz“ von KI zu unterstützen, tritt Trend Micro zudem der ‚Coalition for Secure AI‘ bei, zusammen mit Partnern wie Google, Nvidia, Microsoft oder IBM.

„Die meisten KI-Integrationen in der Cybersicherheits-Branche finden sich heute in Form von Chatbots, Alarm-Zusammenfassungen oder anderen Basisfunktionen. Weitaus weniger Ressourcen werden in die tatsächliche Absicherung echter KI-Implementierungen oder in die Nutzung von KI-Technologie investiert, um die überlasteten Sicherheits-Teams bei der Bewältigung der zunehmenden Komplexität und Risiken zu unterstützen. Unsere KI-Strategie trägt diesem Bedarf Rechnung und rückt die Weiterentwicklung der Trend-Plattform sowie die Zusammenarbeit mit Partnern in den Vordergrund“, erklärt Kevin Simzer, Chief Operating Officer bei Trend Micro Inc.

Im Rahmen seiner KI-Strategie geht das japanische Unternehmen mit Sitz in Tokio eine Partnerschaft mit dem US-amerikanischen Anbieter GMI Cloud ein. Dieser ist auf die Entwicklung von „vertikal integrierten Plattformen“ spezialisiert, die für KI- und ML (Machine Learning)-Workloads optimiert wurden. Ziel der Kooperation ist es, die Sicherheit von KI-Implementierungen zu verbessern. „Vorfälle in jüngster Zeit haben die Schwachstellen bei der Cyber- und Datensicherheit in Cloud-basierten Systemen verdeutlicht. Als Reaktion darauf freuen wir uns, diese Partnerschaft mit Trend

Micro bekannt zu geben, um eine GPU-gestützte Private Cloud zu entwickeln“, sagt Alex Yeh, Gründer und CEO von GMI Cloud.

Darüber hinaus tritt Trend Micro der ‚Coalition for Secure AI‘ bei. Diese konzentriert sich auf die Zusammenarbeit ihrer Mitglieder und den Austausch von Best Practices für den sicheren Einsatz von KI, die KI-Sicherheitsforschung und die Produkt-Entwicklung. Nach dem Beitritt besteht die erste Initiative von Trend Micro darin,



Kevin Simzer, Chief Operating Officer bei Trend Micro: „Die meisten KI-Integrationen in der Cybersicherheits-Branche finden sich heute in Form von Chatbots, Alarm-Zusammenfassungen oder anderen Basisfunktionen.“

(Foto: Trend Micro)

ein „Framework“ zu entwickeln. Es soll Verteidigern dabei helfen, notwendige Investitionen zu identifizieren, um der bösartigen Ausnutzung aktueller und künftiger KI-Modelle durch Cyberkriminelle zu begegnen. ■

SMARTPHONES/NACHHALTIGKEIT

Hohe Reparatur-Kosten schrecken ab

Eine repräsentative Umfrage des TÜV-Verbands ergab, dass nur jeder dritte Verbraucher sein defektes Smartphone erneuern lässt. Hohe Kosten führen oft zu einer Neuanschaffung statt zur Reparatur. Dem TÜV zufolge können unabhängige Prüfungen die Transparenz und Zugänglichkeit des Reparatur-Marktes verbessern.

„Die Reparatur von Smartphones ist eher die Ausnahme als die Regel, obwohl dies die deutlich nachhaltigere Variante wäre. Verbraucher sind sich unsicher über die Kosten, die Reparierbarkeit und die Verfügbarkeit von Reparatur-Diensten. Das neue ‚Recht auf Reparatur‘ der EU ist daher ein wichtiger Schritt hin zu einer nachhaltigeren Konsum-Gesellschaft“, konstatiert Juliane Petrich, Referentin für Politik und Nachhaltigkeit beim TÜV-Verband.

Rund jeder dritte Bundesbürger hatte in den vergangenen fünf Jahren mit einem defekten Smartphone zu kämpfen. Davon nahmen wiederum nur 32 Prozent eine Reparatur vor. Zu diesem Ergebnis gelangt eine aktuelle Umfrage des Marktforschungs-Unternehmens Ipsos unter 1.000 Personen im Auftrag des TÜV-Verbands. Dagegen führten 68 Prozent der Befragten keine Reparatur durch. So haben 31 Prozent das Handy nicht repariert, weil es

Nutzen Sie das INFO-MARKT LIEFERANTEN-LEXIKON und gewinnen Sie neue Kunden!

BFL Leasing GmbH



DIE IT-FINANZIERER

Infominds GmbH



SOFTWARE & CONSULTING

MR Datentechnik Vertriebs-
und Service GmbH



Ihr IT-Partner!

winwin Finance GmbH



winwin Office Network AG



Hier könnte
Ihre Anzeige
stehen!

12 Monate
zum Einführungspreis
von 634 EUR/Jahr
zzgl. ges. MwSt.

BEI INTERESSE
EINFACH
HIER KLICKEN!



TA Triumph-Adler
Deutschland GmbH



The Document Business
A KYOCERA GROUP COMPANY

Niederlassungen:

- Berlin
- Bonn
- Bremen
- Chemnitz
- Dortmund
- Dresden
- Erfurt
- Fellbach
- Frankfurt am Main
- Hamburg
- Hannover
- Hoyerswerda
- Jena
- Kempton
- Leipzig
- Mainz
- Mannheim
- Meerbusch
- Memmingen
- Nürnberg
- Potsdam
- Puchheim
- Rheda-Wiedenbrück
- Schwerin
- Stralsund
- Wangen

Kyocera Partner **KYOCERA**

Bents Büro GmbH



Horn&Görwitz GmbH & Co.KG



BERLINS DOKUMENTEN MANAGER

Erhardt Bürowelt



IT-Haus GmbH



Let's do IT together!

Green IT
Das Systemhaus GmbH



Münstermann GmbH



Dokumente mit System.

Hees Bürowelt GmbH



Starke + Reichert GmbH & Co. KG



J.A. Hofmann Nachf. Maintal-
Bürofachmarkt GmbH



NACHF. GmbH

von Busch GmbH



nach Ansicht der Befragten nicht mehr zu retten war. 30 Prozent verzichteten wegen der hohen Kosten auf eine Reparatur. Und weitere 7 Prozent sind gar nicht erst auf die Idee gekommen, ihr Handy reparieren zu lassen.

Laut der Untersuchung ließen 15 Prozent der Befragten mit einem Handy-Defekt das Gerät in einem Fachgeschäft reparieren. Jeder Zehnte hat die Reparatur vom oder über den Hersteller durchführen lassen. Und 7 Prozent reparierten das Handy in Eigenregie. Häufig bieten die Hersteller Reparaturen nur in eigenen Vertrags-Werkstätten an. Wichtige Bauteile sind oft schwer zugänglich und nur umständlich auszutauschen, lautet ein weiterer Befund der Studie.

„Reparaturen sollten nicht nur von autorisierten Werkstätten der Hersteller, sondern auch von freien Werkstätten durchgeführt werden können. Das würde das Angebot an Reparatur-Möglichkeiten erweitern und den Wettbewerb fördern. Freie Werkstätten können ihre Qualität und Reparatur-Kompetenz durch eine Zertifizierung von unabhängigen Stellen nachweisen. Das bietet den Verbrauchern eine wertvolle Orientierungshilfe bei der Auswahl einer Werkstatt“, sagt Petrich.

Nach Angaben des TÜV-Verbands wechseln 16 Prozent der Verbraucher ihr Smartphone bereits nach zwei Jahren aus. Der größte Teil tauscht das Gerät nach drei bis vier Jahren (35 Prozent). Immerhin 24 Prozent nutzen ihr Smartphone fünf Jahre oder länger. Und 24 Prozent behalten es, bis es unbrauchbar wird. Während jüngere Verbraucher ihre Smartphones häufiger wechseln, nutzen ältere sie signifikant länger.

So behalten nur 17 Prozent der 16- bis 39-Jährigen ihr Smartphone, bis es unbrauchbar wird, während dies bei den 50- bis 75-Jährigen durchschnittlich 32 Prozent tun.

„Mit der neuen Ökodesign-Verordnung für Smartphones geht die EU einen wichtigen Schritt. Ab Mitte 2025 gelten strengere Anforderungen an die Reparierbarkeit, den Energieverbrauch und vor allem die Langlebigkeit

von Smartphones und Tablets“, ergänzt die TÜV-Referentin. Hersteller werden künftig dazu verpflichtet, Produkte so zu gestalten, dass Komponenten einfach ausgetauscht werden können. Zudem müssen sie Reparatur-Anleitungen für sieben Jahre und Software-Updates für mindestens fünf Jahre bereitstellen. Ersatzteile wie Akkus und Displays gilt es für mindestens sieben Jahre vorzuhalten. ■



Juliane Petrich, Referentin für Politik und Nachhaltigkeit beim TÜV-Verband: „Mit der neuen Ökodesign-Verordnung für Smartphones geht die EU einen wichtigen Schritt. Ab Mitte 2025 gelten strengere Anforderungen an die Reparierbarkeit, den Energieverbrauch und vor allem die Langlebigkeit von Smartphones und Tablets.“

(Foto: Tobias Koch)

Namen und Nachrichten

Kyocera

Die Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH in Meerbusch ernannt Rodion Amin zum Group Director Marketing. In seiner neuen Rolle will er die Produkt-Strategie der Kyocera-Gruppe weiterentwickeln und die Marken-Positionierung im deutschen und österreichischen Markt stärken. Zuletzt war Amin als Gründer und Managing Director der 3Pii UG tätig. Mit diesem Unternehmen unterstützte er Kunden aus den Branchen Anlagenbau und technische Konsumgüter bei der Digitalisierung ihrer Prozesse und Systeme in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Business Intelligence.

Für Kyocera ist Amin „kein Unbekannter“. Von 2013 bis 2016 leitete er als Senior Manager das European-Marketing-Center bei der Kyocera Document Solutions Europe B.V. und verantwortete die strukturelle sowie digitale Transformation in Marketing, Vertrieb und Service einschließlich des Produkt-Managements der Organisation in der Region EMEA.

Francotyp-Postalia (FP)

Die Francotyp-Postalia Holding AG mit Sitz in Berlin stellt ihr Projekt zur Einführung eines weltweit einheitlichen ERP/CRM-Systems ein. Diese Entscheidung basiert auf den Ergebnissen einer Evaluierung

durch externe IT-Experten. Trotz erheblicher Aufwendungen von zirka 23 Millionen Euro für zwei Projekte in den letzten 6 Jahren kann kein Nutzen erzielt werden, der eine Fortführung und weitere Kosten rechtfertigen würde, heißt es von Seiten des Unternehmens. FP arbeitet indes an kleineren Projekten zur „Ressourcen-schonenden Optimierung“ der Prozess- und IT-Landschaft.

Cancom

Die Cancom SE in München und der US-amerikanische Anbieter von KI-Lösungen, 'ServiceNow' aus Santa Clara vereinbaren eine Partnerschaft. Die Zusammenarbeit zielt darauf ab, digitale Lösungen

und KI-gestützte value-added Services für den Mittelstand in der DACH-Region bereitzustellen. „Durch die Integration der innovativen Plattform von ServiceNow in unser umfassendes Service-Portfolio können wir die Synergien beider Angebote optimal für mittelständische Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz nutzen“, sagt Jochen Borenich, CSO bei Cancom.

Also

Die Also Deutschland GmbH in Soest bestellt eine neue Geschäftsführung. Drei der künftig insgesamt vier Mitglieder der Geschäftsführung tragen eine

direkte Sales-Verantwortung und verfügen über langjährige Erfahrung im Channel-Geschäft.

Wolfgang Krainz, CEO der Also Holding, zeichnet in seiner Rolle als Sprecher der deutschen Geschäftsführung weiterhin für das Wachstum des Unternehmens verantwortlich.

Stefan Blome und Thorsten Sauerland verantworten fortan die Bereiche Commercial beziehungsweise Consumer Sales in unterschiedlichen Produkt-Kategorien. Blome fokussiert sich als Mitglied der Geschäftsführung auf den Verkauf von Hybrid Infrastructure, Cybersecurity, Software- und Plattform-Lösungen. Sauerland wird als Geschäftsführer den Vertrieb sämtlicher Also-Hersteller-Partner

Hier
klicken!

INF@MARKT
The Research Company

Sparen mit dem Energie-Rechner

Testen Sie unsere Suchmaschine über alle aktuellen MFP-, Drucker- und Produktions-Systeme im Markt und fordern Sie einen kostenlosen Zugang für unsere Datenbank-Testversion im Profi-Tarif an.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Birgit Kluge,
Tel. 0211/687855-15, birgit.kluge@infomarkt.de



in den Produkt-Kategorien Working Place, Gaming, Peripherals und Components leiten.

Darüber hinaus übernimmt Markus Werner als Geschäftsführer den Bereich Operations. Um die Sales-Organisation optimal zu unterstützen, sind bei ihm als Head of Operations der Gesellschaft, neben Logistik und Personal, auch die Bereiche Reporting und Tracking gebündelt. Außerdem wechselt Mike Rakowski in eine „zentrale Position“ im Ausbau des Commercial-Bereichs als Also Group Sales Direktor Working Place.

T-Systems

Elke Anderl ist neuer Chief Commercial Officer der T-Systems International GmbH mit Sitz in Frankfurt. Sie trat zum 1. September die Nachfolge von Urs M. Krämer an, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt. Anderl verantwortet fortan den globalen Vertrieb und das Marketing von T-Systems. „Mit ihr haben wir eine ausgewiesene Expertin gefunden, um den Wachstumskurs von T-Systems zu festigen und erfolgreich auszubauen“, kommentiert T-Systems-CEO Ferri Abolhassan die Personalie.

Anderl begann ihre Karriere in der Automobil-Industrie, bevor sie im Jahr 1999 zur Deutschen Telekom wechselte. Dort übernahm sie nationale und internationale Führungs-Positionen in den Berei-

chen Vertrieb und Service, unter anderem bei T-Systems für die Automotive-Branche oder als Leiterin des Vertriebs- und Service-Managements in Japan.

d.velop

Die d.velop AG in Gescher ernannte Christian Gericke per 1. September 2024 zum Chief of Regulatory & Public Affairs. Mit diesem Schritt will das Unternehmen seine Kompetenzen rund um Compliance und regulatorische Rahmen-Bedingungen in der digitalen Kommunikation stärken. Dem Software-Hersteller zufolge bringt der „langjährige IT-Profi“ tiefgehende Marktkenntnisse und technische Expertise im Bereich der digitalen Zustellung und Digitalisierung von Geschäfts-Prozessen mit. Zuvor war Gericke als CEO der bitkasten GmbH tätig.

AMD

Die Advanced Micro Devices Inc. (AMD) mit Sitz in Santa Clara (US-Bundesstaat Kalifornien) kündigt die Übernahme des Server-Herstellers ‚ZT Systems‘ an. Durch die Akquisition in Höhe von 4,9 Milliarden US-Dollar möchte AMD sein Portfolio an KI-Chips und -Hardware erweitern. „Unsere Übernahme von ZT Systems ist der nächste große Schritt in unserer langfristigen KI-Strategie, Führungstrainings- und

Inferenz-Lösungen anzubieten, die schnell in großem Maßstab bei Cloud- und Unternehmens-Kunden bereitgestellt werden können“, erklärt AMD-CEO Dr. Lisa Su.

ZT Systems mit Sitz in Secaucus (US-Bundesstaat New Jersey) verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Bereitstellung von KI-Rechen- und Speicher-Infrastrukturen. „Wir freuen uns, uns AMD anzuschließen und gemeinsam eine noch größere Rolle bei der Entwicklung der KI-Infrastruktur zu spielen, die die Zukunft des Computing definiert“, ergänzt Frank Zhang, CEO von ZT Systems. Nach Abschluss der Transaktion wird ZT Systems der ‚AMD Data Center Solutions Business Group‘ beitreten.

Eßer Office

Mit Wirkung zum 1. September 2024 übernahm die Eßer Office GmbH in Düren sämtliche Geschäftsanteile der BOS Büro- und Objekteinrichtungen GmbH in Wiehl und Köln sowie der BOS Raum3 GmbH in Düsseldorf. Unternehmens-Gründer Ralf Langhein scheidet nach über 30 Jahren als Gesellschafter und Geschäftsführer aus und wechselt in den wohlverdienten Ruhestand. Der bisherige BOS-Geschäftsführer Patrick Mammel tritt in die Eßer Office GmbH ein und wird als Vertriebsleiter den Standort Köln verantwortlich führen.

INFO-MARKT GmbH · Schützenstraße 58 · D-40211 Düsseldorf · Tel. 0211/687855-0 · Fax 0211/687855-25 · redaktion@infomarkt.de
 INFO-MARKT ist eine wirtschaftlich unabhängige Publikation, die aktuell über die Büro- und Informationstechnik, den Büromöbelmarkt sowie über den Personalmarkt in der Büro-, Kommunikations- und Informationstechnik berichtet ■ Sie ist urheberrechtlich geschützt ■ Nachdruck, Vervielfältigung und E-Mail-Versendung sind gemäß unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen vom 1. Januar 2024 nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet ■ Gerichtsstand ist Düsseldorf ■ Alle Nachrichten erfolgen nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr ■ Geschäftsführung und Herausgeber: Dipl.-Volkswirt Hans-Joachim Schneider ■ Geschäftsführung und Chefredaktion: Dr. Alfred Große ■ Redaktion: Kevin Marc Damnig, Frank Joachim Schmitz ■ Layout + Grafik: Kirsten Gottschalk ■ Preise INFO-MARKT E-Paper IT-/MFP-/Drucker@Markt: 238,00 Euro/Jahr zzgl. gesetzl. MwSt., Einzelartikel über unseren Online-Shop unter www.infomarkt.de für 13,00 Euro zzgl. gesetzl. MwSt. ■ Kündigung des Abonnements sechs Wochen vor Vertragsende